◀在红莲湖公园外的柳泉路上，路边的车排成了长队。 本报记者 姜文洁 摄

淄博旅游资源丰富，不少都是世界级的

景区“星满天”缺少主线串

本报见习记者 李超

旅游已成为人们休闲的主要方式。记者调查发现，淄博虽有丰富的旅游资源，但旅游业发展并不充分，部分景区各自为战，淄博也缺少在全国叫得响的品牌景区。

淄博是齐国故都，有非常丰富的历史人文资源，也有非常优美的自然景观，近年来形成了东西文化线、南北风景线的旅游格局。出现了一批发展较快的景区，比如周村古商城、临淄古车博物馆等一批人文历史景观，原山林场、潭溪山等自然景观，还有玉黛湖等一批游乐景区。

周村古商城景区相关负责人张红霞分析说，目前淄博景区基本上呈现“星满天”的状况，景点很多也很好，但一些景区的资源没有充分挖掘。“有些资源来头不小，都是世界级的，但是由于没有充分开发，游客没有深度体验，所以留不下深刻印象。”

淄博涌泉风景区负责人于祖荣也表示，“一个区县、一个地市应该形成一个对外统一的旅游形象。”山水国际旅行社负责人田茂友说。潭溪山风景区负责人侯发彬说，淄博市的景区不少，投入也不少，但是没有形成一种对外的合力，这样也就缺少了对外的竞争力。

市旅游局副局长荆茂彬告诉记者，旅游是一个综合产业，产业链非常长，旅游可以拉动餐饮、住宿等行业。淄博景区开发还需要进一步进行规划与统一，不能各自为战。旅游部门下一步也将集中资金和资源打造几个比较大的景区项目，做出品牌，拉长旅游产业链，吸引更多的游客。

◓相关链接

旅行社主打外区旅游

“旅行社做市内短途游的很少，一是挣不到钱，还有就是淄博的景区缺少特色，缺少吸引人的地方，人们不愿意去，我们想推一下市内游，但是做不起来，找不到合适的线路。”淄博中信旅行社文晓玲说。

据了解，淄博各旅行社都主打外区游，淄博游客也随之大量外出。

市旅游局副局长荆茂彬表示，淄博并不是旅游目的地，是一个旅游中转站和游客输出地，因为缺少知名、有特色的景区，缺少有竞争力的景区。

本报见习记者 李超

景区需提高知名度

“淄博市有很好的旅游资源，但是没有充分开发，景区虽然不少，但是真正拿得出手的、叫得响的几乎没有，各个景区在对外宣传营销上也都是各自为战。”淄博涌泉风景区负责人于祖荣告诉记者。

据了解，在自然景观方面做的较好的原山、鲁山、潭溪山等景区，在淄博境内比较有名，但是到外地市特别是到了省外，知名度就没那么高了。比如主打历史人文景观的蒲松龄纪念馆、中国古车馆等较为出名，但是开发仍不充分，没有针对游客的活动项目，只是单纯的参观，吸引不到游客。

本报见习记者 李超